

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 menurut Pew Research Center (2019), dikenal sebagai *digital native* yang tumbuh dalam lingkungan teknologi yang serba terhubung. Akses mereka yang luas terhadap informasi global membentuk cara pandang yang lebih kritis terhadap norma sosial, termasuk institusi pernikahan. Dalam beberapa studi, Generasi Z cenderung memprioritaskan pendidikan, karier, dan stabilitas finansial dibandingkan masuk ke dalam komitmen jangka panjang seperti pernikahan.

TikTok sebagai platform media sosial yang berkembang pesat telah menjadi ruang ekspresi sekaligus pembentuk opini publik, khususnya di kalangan Gen Z. Melalui algoritma "*For You Page*" (FYP), pengguna dihadapkan pada konten yang dipersonalisasi, termasuk konten yang membahas pengalaman negatif dalam pernikahan. Salah satu tren yang mencuat adalah *#MarriageIsScary*, yang merepresentasikan keresahan anak muda terhadap pernikahan, baik dari aspek kekerasan dalam rumah tangga, tekanan peran gender, hingga masalah ekonomi.

Fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari peran media sosial sebagai agen pembentuk realitas sosial baru. Tren ini berkembang bukan hanya sebagai ekspresi ketakutan personal, tetapi juga sebagai refleksi kolektif akan perubahan nilai sosial dan budaya di tengah masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut,

penting untuk meneliti bagaimana Generasi Z memaknai tren “Marriage Is Scary”, serta apa saja motif dan tindakan mereka dalam meresponsnya.

Dalam beberapa studi menunjukkan bahwa generasi Z saat ini lebih memprioritaskan pendidikan, karir juga stabilitas finansial sebelum masuk ke jenjang pernikahan.

Sebagai generasi yang sangat kompeten menggunakan teknologi, terpapar media sosial dan internet sejak mereka lahir, membuat mereka semakin bergantung pada teknologi-teknologi modern (Greydanus, 2012). Pada dasarnya media sosial merupakan platform untuk mengekpos kehidupan seseorang ataupun untuk mempopuleritaskan sesuatu hal, menurut Quesenberry (2019:22) media sosial adalah platform yang sangat baik untuk bercerita juga menyediakan ruang ideal guna memenuhi kebutuhan manusia untuk bisa berinteraksi, media sosial dapat mengajak siapapun untuk turut berkontribusi dan memberikan tanggapan secara terbuka, membagi informasi dalam jangka waktu yang cepat dan tidak terbatas. Maka dari itu media sosial sangatlah ampuh untuk menyatukan sekelompok orang dan dengan kehadiran media sosial mulai muncul komunikasi baru yang mempengaruhi ataupun dapat mempersuasif seseorang dengan kuat dan meluas terbatas. Maka dari itu media sosial sangatlah ampuh untuk menyatukan sekelompok orang dan dengan kehadiran media sosial mulai muncul komunikasi baru yang mempengaruhi ataupun dapat mempersuasif seseorang dengan kuat dan meluas.

Paparan media sangat mempengaruhi seorang individu apalagi dengan pengalaman pribadi orang lain, cerita dari lingkungan sekitar juga representasi lainnya mengenai isu pernikahan di Indonesia. Media sosial tiktok menjadi salah satu platform yang berkembang sangat pesat dan menjadi fenomena global khususnya pada generasi Z yang dikenal sebagai generasi *digital native*. Dalam penggunaannya tiktok tidak hanya menjadi platform hiburan semata namun juga menjadi ruang orang-orang untuk dapat berekspresi, berkomunikasi dan membangun *personal branding*, melalui format video pendek yang kreatif tiktok menjadi wadah bagi pemilik akun agar dapat menyuarakan pendapat, berbagi pengalaman pribadi, dan membangun kesadaran kolektif mengenai isu-isu tertentu yang terjadi.

Tiktok berawal dari China oleh zhang Yiming dan ByteDnce di tahun 2016, dengan nama awal Douyin namun karna kepopulerannya aplikasi ini mulai di ekspansi ke berbagai negara dengan nama Tiktok pada tahun 2017. Seiring berjalannya waktu tiktok terkenal dengan platform yang sudah sangat populer apalagi sejak masa pandemik covid-19, salah satu fitur utama dalam aplikasi tiktok ini yaitu "*For your Page*" dimana FYP ini menampilkan konten-konten yang telah dikurasi secara algoritmik berdasarkan minat, interaksi juga preferensi dari pengguna tersebut.

Menurut prespektif ahli psikologi digital, FYP memanfaatkan aspek *rewars system* otak manusia, agar konten sesuai dengan minat pengguna yang dapat menciptakan perasaan senang dan menimbulkan motivasi untuk pengguna agar terus-menerus menjelajahi dan meningkatkan waktu penggunaan aplikasi.

Uniknya algoritma “*For Your Page*” (FYP) ini menjadi peran penting dalam memperlihatkan konten yang relevan dengan yang saat ini terjadi juga menarik berdasarkan preferensi pemilik akun atau bisa disebut dengan “*filter bubble*” dimana istilah tersebut memiliki arti platform media sosial ataupun media online ini seperti mesin pencari yang menampilkan konten berdasarkan preferensi dan perilaku pemilik akun tersebut. “*Filter Bubble*” ini bisa menjadi salah satu alat ukur untuk mempromosikan, berekspresi mengenai isu-isu sosial, budaya dan politik. Karena selain ruang berdiskusi FYP dari tiktok ini pun dapat menciptakan atau membetuk sebuah tren yang dapat mengkonstruksi pemikiran pengguna akun sehingga menjadikan apa yang muncul sebagai standar kehidupan baik dalam sosial, pernikahan hingga tradisi budaya.

Kuatnya persuasif yang dipaparkan dalam media sosial tentunya mempengaruhi perasaan emosional dari para penggunanya, dengan hadirnya platform tiktok juga fitur FYP berpengaruh terhadap pemikiran juga emosional, tidak jarang apa yang muncul dalam media sosial itu *relate* dengan apa yang sedang kita alami dan pikirkan walaupun kita sama sekali tidak *re-search* hal tersebut sehingga emosional kita merasa didukung oleh media sosial, pemikiran kita terkonstruksi untuk masuk kedalam lautan tren atau apapun yang terpaparkan di media sosial hingga dijadikan standar kehidupan.

Menurut Syahrul dan Nurhafizah (2022) emosi merupakan kondisi internal manusia yang mencakup kebahagiaan mental, keinginan dan kondisi fisik yang dapat di ekspresikan dalam berbagai bentuk seperti ketakutan, kemarahan, kecemburuan, kegembiraan, cinta juga rasa ingin tahu. Sebagai generasi yang

melek akan digital media sosial sangatlah mempengaruhi perasaan emosional generasi Z.

Perasaan emosional yang sebelumnya mereka miliki seperti pengalaman traumatis, ketidaksetaraan dalam hubungan dan tekanan ekonomi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi bagaimana prespektif mereka mengenai dunia luar dan bagaimana cara mereka memandang suatu fenomena khususnya sebuah pernikahan. Media sosial tiktok ini menjadi medium dimana generasi Z dapat mengekspresikan opini mereka mengenai pernikahan.

Isu-isu yang beredar mengenai pernikahan juga banyak menjadi sebuah tren yang membuka diskursus bagaimana pentingnya pemahaman mendalam mengenai pernikahan. Tren "*Marriage Is Scary*" membuat perspektif kritis generasi Z mengenai tantangan menikah di era modern ini karna tren ini berisi mengenai bagaimana kekhawatiran dan kegagalan pernikahan dari berbagai macam aspek. Mulai dari hilangnya kebebasan individu, perselingkuhan, finansial

hingga yang paling marah terjadi yaitu kasus KDRT (Kekerasan Dalam Rumah Tangga).



Gambar 1. 1

Contoh Tren “Marriage Is Scary” di Tiktok

Tren “Marriage Is Scary” ini mulai banyak ter *notice* dikarenakan seorang *influencer* membagikan pengalaman ia selama pernikahan berlangsung, dimana ia mendapatkan KDRT oleh suaminya padahal pada awalnya banyak yang mengira bahwa keluarganya begitu rukun dan saling mencintai satu sama lain, namun ketika video itu secara sengaja di edarkan dalam bentuk pembelaan diri dan “*Speak up*” agar *influencer* tersebut dapat mengambil langkah untuk bisa keluar dari rumah tangga yang *toxic* tersebut.

Beredarnya video tersebut membuat banyak orang terkejut karena apa yang mereka lihat sebelumnya di media sosial tidak seindah realita, nyatanya orang yang terlihat baik justru berbanding terbalik dengan kehidupan nyata, sehingga tren tersebut menjadi *booming* pada saat itu. Sehingga hal tersebut mempersuasi banyak orang untuk berturut serta *speak up* mengenai apa yang terjadi dalam kehidupan nyata mereka bahwa pernikahan tidak seindah apa yang terpapar dan di citrakan di media sosial.

Secara umum, pernikahan merupakan sebuah ikatan sosial yang sah dan melibatkan dua orang dalam suatu komitmen yang berjangka panjang atau bahkan seumur hidup juga memiliki peranan penting sebagai bentuk tatanan sosial. Di Indonesia, pernikahan sangat sakral dan memiliki nilai serta makna yang mendalam maka dari itu upacara atau acara pernikahan ini menjadi sakral selain dari itu dalam berbagai budaya pernikahan bukan hanya sekedar ikatan emosional semata antar dua individu namun juga komitmen spiritual, sosial, ekonomi yang berlangsung seumur hidup.

Namun dengan adanya perkembangan teknologi secara tidak langsung gaya hidup serta pola pikir manusia berubah secara signifikan, dengan hadirnya media sosial sebagai ruang interaksi digital kerap kali menjadi tolak ukur atas buah pemikiran generasi saat ini. Sehingga dalam beberapa generasi nilai-nilai pernikahan pun mengalami perubahan dimana mulai menilai pernikahan bukan hanya dari aspek tradisi atau tradisional namun juga berdasarkan manfaat dan relevansinya dalam kehidupan saat ini. Perspektif yang berkembang ini pun memunculkan berbagai macam padangan kurang baik sehingga banyak yang skeptis terhadap pernikahan ini.

Pernikahan sejatinya dilakukan untuk menyempurnakan ibadah dalam islam namun di era sekarang nilai itu telah tergantikan dengan formalitas belaka mengenai budaya dan nilai sosial pernikahan ini. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan angka pernikahan di Indonesia, besar kemungkinan penurunan angka pernikahan ini memiliki asumsi ataupun dugaan karena tren "*Marriage Is Scary*" yang memperlihatkan sisi gelap dari sebuah pernikahan, juga karena peningkatan

kemandirian perempuan, kesiapan finansial dan emosional juga perubahan nilai sosial dan budaya.

Ratna Yunita Setyani Subardjo (2024) menekankan bahwa persoalan menikah sebaiknya menjadi pemikiran bersama antara kedua pasangan. Diperlukannya diskusi juga keterbukaan untuk mencapai keseimbangan dalam menghadapi ketakutan dan kekhawatiran mengenai pernikahan. Dengan begitu pasangan dapat saling mendukung dan memahami ekspektasi masing-masing. Ghozali (2019) juga menekankan pentingnya platform media sosial dan lingkungan untuk menyeimbangkan informasi dengan menampilkan sisi positif pernikahan, sehingga tidak hanya fokus pada aspek negatifnya saja.

Secara umum, para ahli menyepakati bahwa meskipun rasa takut pada pernikahan merupakan hal yang wajar namun tiap individu perlu untuk memahami sumber ketakutan tersebut dan mencari solusi melalui komunikasi, edukasi dan dukungan sosial dengan begitu ketakutan terhadap pernikahan dapat teratasi. Mungkin dari banyaknya tren yang beredar, wanita yang paling banyak terpengaruh oleh tren "*Marriage is scary*" karna yang kita ketahui juga banyak dari wanita yang lebih menggunakan perasaannya daripada logikanya sehingga perasaan emosional nya dapat lebih terpersuasi dengan apa saja yang sedang beredar di platform media sosial.

Widya (2024) mengungkapkan bahwa salah satu alasan terkuat perempuan takut untuk menikah yaitu karna banyaknya pria yang belum sepenuhnya

memahami konsep kesetaraan gender sehingga menimbulkan kekhawatiran dan tidak dilan peran dan tanggung jawab dalam pernikahan.



Gambar 1. 2

Angka Pernikahan di Indonesia Satu Dekade Terakhir

Sumber: Indonesiabaik.id, 2024

Data diatas merupakan presentase turunnya angka pernikahan di Indonesia selama satu dekade terakhir yang dikutip dari *indonesiabaik.id*, dimana Laporan Badan Pusat Statistik (BSP) 2023 mencatat bahwa angka pernikahan di Indonesia terus menerus mengalami penurunan selama 10 tahun kebelakang. Sumber: Indonesiabaik.id, 2024

Bedasarkan dari data tersebut pada tahun 2023 terdapat 1,58 juta penikahan di dalam negeri sedangkan pada tahun 2022 tercatat pada angka 1,7.

Penurunan ini terjadi cukup signifikan. Sepuluh tahun lalu tepatnya pada 2013 angka pernikahan nasional mencapai angka 2,21 juta lalu setelah empat tahun kemudian angka pernikahan terus menurun hingga menyentuh angka 1,8 juta. Pada 2018 berhasil meningkat sehingga menyentuh angka dua juta pernikahan namun seiring berjalannya waktu semakin turun hingga mencapai puncak penurunan di angka 1,5 juta pernikahan pada tahun 2023 lalu.

Dan terdapat sedikit peningkatan di tahun 2024 dimana angka pernikahan mencapai 1,58 juta, walaupun sebenarnya data yang tercatat berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah angka pernikahan di Indonesia menunjukkan penurunan sebesar 28,63% dalam 10 tahun terakhir. Hal ini sangat dipengaruhi oleh media sosial karna sesuai yang kita ketahui bahwa saat ini media sosial menjadi *Pioneer* ataupun standar kehidupan generasi Z hingga alpha.



Gambar 1. 3

Angka status perkawinan

Dalam gambar tersebut terlihat jelas bahwa status anak muda yang belum menikah jauh lebih tinggi daripada yang sudah menikah yang dimana artinya penurunan angka pernikahan ini masih berlanjut dan belum menemukan titik peningkatan yang signifikan.

Maka dari itu tren "*Marriage Is Scary*" menjadi unik dan perlu diteliti karena mencerminkan perubahan besar persepsi generasi muda terhadap pernikahan yang dimana bukan hanya ketakutan individu lagi namun hal ini sudah menjadi bagian dari sebuah perubahan sosial yang sangat signifikan. Esensinya tren ini memberikan persepsi bahwa peran dalam rumah tangga antara suami dan istri itu sangat krusial dan menjadi lebih kritis terhadap ekspektasi pernikahan yang akan dilalui nantinya sehingga menimbulkan ketakutan terhadap komitmen yang berjangka panjang.

Bagaimana algoritma Tiktok mempromosikan tren "*Marriage Is Scary*" ini dan membentuk opini publik sehingga menimbulkan perdebatan dan reaksi yang beragam dari audiens menjadikan tren ini memiliki dampak jangka panjang terhadap tren sosial, dalam penjelasan dan data yang tertera peneliti menyakini bahwa media sosial tiktok memiliki pengaruh besar terhadap perubahan sosial generasi muda dan memberikan dampak pada keputusan hidup yang membuat penelitian ini layak dan menarik untuk diteliti.

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**TREN "*MARRIAGE IS SCARY*" DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA KALANGAN GENERASI Z**". Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana latar belakang dari

motif, makna dan tindakan kalangan generasi Z mengenai tren “*Marriage Is Scary*” yang sedang marak terjadi.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini memiliki fungsi sebagai batasan mengenai objek penelitian yang diangkat juga agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Yang dimana penelitian ini difokuskan pada : “Tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok Pada Kalangan Generasi Z”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Peneliti memfokuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana motif generasi Z terhadap tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok?
- 2) Bagaimana makna generasi Z terhadap tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok ?
- 3) Bagaimana tindakan generasi Z terhadap tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok ?

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui motif generasi Z terhadap tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok
- 2) Untuk makna generasi Z terhadap tren “*Marriage Is Scary*” Di Media Sosial Tiktok

- 3) Untuk mengetahui tindakan generasi Z terhadap tren "*Marriage Is Scary*"
Di Media Sosial Tiktok

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Merujuk dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik dalam pendidikan secara langsung ataupun tidak langsung. Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan "*Marriage Is Scary*" dan dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut.
- b. Sebagai bahan informasi atau gambaran bagi pihak-pihak yang mengalami hal serupa seperti "*Marriage Is Scary*" hingga bisa dijadikan bahan evaluasi mengenai hal ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat mengetahui tanggapan dari orang yang terkena dampak tren "*Marriage Is Scary*" yang bisa dijadikan bahan evaluasi dari beberapa sudut pandang.
- b. Dapat dijadikan penambahan wawasan dan pengalaman mengenai tren "*Marriage Is Scary*" juga sebagai bahan pertimbangan untuk melanjutkan ke jenjang pernikahan.